PARTS OF THE ORIGINAL DOCUMENT

ARE OF POOR REPRODUCTIVE QUALITY

CERTAINES PARTIES DU DOCUMENT ORIGINAL

SONT DE PIÈTRE QUALITÉ DE REPRODUCTION

LA JUXTAPOSITION DES TERRITOIRES

Etude-synthèse de l'évolution des systèmes de communication en Europe et en Amérique

Présentée à la Commission Caplan Sauvageau sur les politiques de radio-télévision au Canada

Par Jean-Paul LAFRANCE, Professeur à l'Université du Québec à Montréal, invité à l'Université Paris VIIIème, chercheur auprès du CNET (Paris)

DECEMBRE 1985

LA JUXTAPOSITION DES TERRITOIRES

Il n'est pas exagéré de dire que l'Europe vit actuellement de profonds bouleversements dans son régime de communication : remise en question du monopole de la télédiffusion, libéralisation et introduction de la publicité, projet ambitieux de câblodistribution, lancement de satellites, baisse dramatique du cinéma en salle, déstabilisation et privatisation des P. et T. L'évolution des systèmes de communication remet en question l'équilibre de développement en Europe des trois segments : matériel, réseaux, programmes. Sans caricaturer, il ne faudrait pas que le matériel soit entièrement japonais, les programmes américains et les normes de réseaux fixés par les deux ! En conséquence, menace industrielle, menace politique, mais aussi menace à la souveraineté culturelle et linguistique, quand on pense au contenu qui circule dans les tuyaux.

On peut poser comme hypothèse que jusqu'à présent, l'Europe et l'Amérique ne vivaient pas nécessairement sous le même régime de communication. Pour donner deux exemples rapides, rappelons que pour un Américain du Nord, le téléphone et la télévision européenne apparaissaient, il n'y a pas si longtemps, comme un objet de curiosité, sinon de moquerie ! Mais l'inverse est aussi vrai : pour un Européen, la télévision américaine, saussissonnée par la publicité, est d'une vulgarité, d'un infantilisme et d'une légèreté inacceptable. Ce qui est en train de se passer actuellement, c'est la nécessité, sinon la volonté, d'homogénéiser les territoires. Et cela s'effectue d'une triple façon : par la transformation de la nature des entreprises, par l'ajustement du marché et par l'évolution du type de produits et de services. L'Europe et l'Amérique (du Nord) sont les deux parties du monde industrialisé qui entrent dans la société de l'information. En plus de partager leur système de valeurs et leurs produits de consommation (universalité de l'art, de la mode, du loisir), ces deux mondes apprennent maintenant à partager leur quotidien (les habitudes alimentaires, la télévision, la conversation ou l'échange convivial à travers les réseaux). Contrairement au cinéma, le 7è art, la télévision renvoit à des comportements basiques : elle se regarde en famille, "en nation", entre gens de même culture !

Ce qui est en train de se produire (l'homogénéisation des cultures de base par l'extention des aires de communication), est tout à fait inquiétant et parfaitement rassurant ...

L'ETAT DES DIFFERENCES

On peut résumer en quelques points les différences qui séparent l'Europe de l'Amérique.

1 - le monopole d'état de la télédiffusion

Sauf pour l'Angleterre qui possède un régime mixte (privé- public) depuis 20 ans (1), la télévision de la plupart des pays européens est "de service public". Même si les entreprises de diffusion sont de nature publique, il ne faut pas en conclure qu'elles soient nécessairement sous la tutelle de l'Etat, ou même du gouvernement. Beaucoup de pays ont fait en sorte, depuis quelques temps, que le pouvoir politique et la télévision soient à distance raisonnable, par la création d'institution de contrôle (Haute Autorité en France, IBA en Angleterre, conseil de surveillance syndicat-église-groupes aux Pays-Bas, etc).

Cependant la télévision européenne est fort différente de la télé américaine : haute définition culturelle, programmation limitée en durée et en canaux, relative absence de concurrence, politisation du contenu, rythme lent et long. Même s'il n'est pas dans la nature du service public de maintenir un tel modèle, il est sûr que l'absence de publicité fait en sorte que la télévision européenne n'ait pas beaucoup évolué depuis 20 ans.

2 - le monopole d'état des télécommunications.

Même si l'histoire n'est pas aussi linéaire qu'on l'imagine, parce qu'il y a eu en Europe plus qu'en Amérique des cassures (guerres, occupations, dictature, etc), on peut constater une relative intégration des systèmes de communications dans des institutions publiques : poste, télégraphe (1840), téléphone (1880), TSF, télécommunication, télématique (1970), câble et satellite (1980). Les Européens ont une longue tradition de service public dans les réseaux. La privatisation de British TELECOM fut un choc de ce côté-ci de l'Atlantique, même si les effets de la déréglementation sont plus symboliques que réels.

---

(1) Les Français ont-ils raison de dire que l'Angleterre n'est pas européenne depuis longtemps ? En regard des communications, la Grande-Bretagne fait partie du modèle "anglo-saxon" : USA, Canada, G.B., Australie ... et Japon.

L'intégration des télécoms permet de développer des stratégies technologiques et industrielles, au niveau national et européen qui sont un atout important : numérisation du téléphone, vidéotext et télématique, plan-câble, RNIS (1).

3 - l'absence d'un système de cablodistribution et de satellite

C'est le cas des quatre grands pays européens (France, Angleterre, Allemagne et Italie où les taux d'abonnement sont inférieurs à 5 % actuellement), ce qui est étonnant étant donné leur importance culturelle (en termes de production audio-visuelle, cinéma, disques, etc). Par contre, tous les "petits" pays limitrophes sont très câblés.

L'absence de cablodistribution a eu comme conséquence de contenir la demande des téléspectateurs. Rareté artificielle qui a abouti à un état anarchique de déréglementation en Italie (tel la "prohibition" aux USA vers les années 20). Rareté contrôlée en Angleterre par l'aménagement du monopole (la proverbiale souplesse anglaise !).

La rareté des canaux (ajoutée maintenant à la rareté des fréquences dans l'espace européen) amène la rareté des contenus et la difficulté d'en fabriquer rapidement. L'Europe constate le savoir-faire des Américains pour créer des téléséries, celui des Brésiliens pour faire des feuilletons, celui des Japonais pour faire des bandes dessinées.

4 - la rigidité des relations inter-média

L'industrie du cinéma est en crise, alors que la demande de nouveaux contenus audio-visuelles est énorme. Cette industrie va mal, parce que la fréquentation des salles chûte dramatiquement. Elle va mal, malgré le régime protectioniste en vigueur (interdiction de diffuser des films à certaines heures et certains jours à la télé, interdiction d'interrompre par la publicité, etc) ; certains diront que c'est justement là le problème...

---

(1) Réseaux numériques à intégration de service (vers 1990)

LES RAISONS DU CHANGEMENT

Les métamorphoses des systèmes de communication sont une telle nécessité qu'il est difficile d'y échapper. Voyons pourquoi ?

1 - en raison de la multiplication des supports de diffusion (télé hertzienne, satellite, câble, vidéo, salle de cinéma), il est difficile de réglementer la consommation culturelle.

2 - en raison de la multiplication des sources de financement (redevance, taxe, publicité, mécénat, payement à l'usage, etc), il est difficile de moraliser la diffusion publique. Entre la liberté d'entreprise, la liberté de choix et le droit à la communication, il existe une confusion difficile à résorber.

3 - en raison de la multiplication du format des produits et l'absence de cloisonnement des médias entre eux, il est difficile de réglementer les médias en eux-mêmes et entre eux. On passe de la notion de filière - contenant à la filière - contenu, du média au produit.

4 - en raison de l'absence de cloisonnement entre les industries de la diffusion et les industries des télécommunications, il est difficile de maintenir les règles du jeu entre les entreprises du contenant et celles du contenu.

La cablodistribution ou comment rattraper le tems perdu en sautant des étapes.

En 1984, 2 % seulement de la population française était abonné à un système de câblodistribution : en Allemagne fédérale 4 %, en Angleterre 6 % . Et en Italie à peu près 0 %.
L'Europe des 4 grands était considérablement en retard sur l'Amérique. Et cela ne s'explique pas par un prétendu retard économique ou technologique, puisque tous les petits pays autour ont un taux d'abonnement au câble intéressant, sinon impressionnant : 81 % pour la Belgique et le Luxembourg, 54 % pour les Pays-Bas, 47 % pour la Suisse, 25 % pour l'Irlande. Il faut s'interroger pourquoi ?

Les choses ont commencé à bouger dans cette décennie. Pendant que l'Italie bouleversait de fond en comble son régime de diffusion publique en se payant une déréglementation sauvage, la France, l'Angleterre et la RFA se lancaient dans la définition de "plan-câble" d'une ambition technologique, d'un coût économique et d'un enjeu politique qui en fait "les travaux d'Hercule" de la société de l'information.

Angleterre - le 2 Décembre 1982, le gouvernement Thatcher donnait le feu vert à la télévision par câble avec des normes minimales de 25 à 30 canaux, télétexte, possibilité de communication bilatérale, une préférence marquée par le système "en étoile" par rapport au système en "arborescence" - sans pour autant imposer la fibre optique. On se rappellera également que, suite au rapport Hunt, le gouvernement avait levé la plupart des restrictions sur la programmation et permis la publicité. Pour câbler 50 % de la Grande-Bretagne, il fallait prévoir 2 1/2 milliards de livres (soit 5 milliards de dollars).

L'Allemagne Fédérale - C'est à partir de 1982 que la Bundespost dispose des crédits nécessaires à un câblage intensif du pays tout entier. La technique choisie est le câble coaxial qui permet la diffusion simultanée de 25 chaînes télévisées et de 25 canaux radiophoniques en modulation de fréquence. En cas de besoin, on peut monter à 35. On se rappellera qu'en RFA, la radiodiffusion est du ressort des Länder : seules les télécommunications sont de compétence fédérale. Quoique plusieurs Länder (à majorité socio-démocrate) soient opposés au câblage en raison de danger de la privatisation de la radiodiffusion, cela n'a pas empêché le Ministre fédéral des communications, M. Schwarg-Schilling, d'aller de l'avant dans le câblage. Les investissement du câble étaient évalués en 1982 à 13,5 milliards de DM (soit 7 milliards de dollars).

La France - La loi du 29 Juillet 1982 sur la communication audio-visuelle abolit le monopole de la programmation, organise l'accès aux réseaux de télécommunications et rend possible le plan-câble présenté au Conseil des Ministres, trois mois plus tard. Le câblage français utilise une technique révolutionnaire : la fibre optique, la configuration étoilée, l'interactivité. C'est la Direction Générale des Télécommunications (D.G.T.) qui est chargée de l'infrastructure du câble, ce sont les collectivités territoriales qui exploitent les réseaux locaux. En prenant pour acquis que les coûts du câble se répartissent en trois tiers : programmation, exploitation, infrastructure, certains ont évalué globalement l'opération à 300 milliards de Francs (soit 50 milliards de dollars).

.../...

Quant à l'Italie, la prolifération des télévisions hertziennes privées entre 1975 et 1982, en lutte ouverte contre le monopole de la radio-télévision italienne (RAI) a coupé court à toute possibilité d'implantation du câble. Rappelons que l'étincelle de la déréglementation a été allumée par la diffusion "clandestine" des émissions Télébiella en avril 1971, première télévision par câble appelée pudiquement "journal périodique par moyen vidéo" (1). En 1975, on a pu dénombrer 80 télévisions par câble, qui ont toutes rendu l'âme un an ou deux plus tard, remplacées par une pléthore de stations hertziennes, jusqu'à 1208 en 1982. Le nombre a décrû à partir de cette date, en raison de l'absorption de la plupart d'entre elles par les grands réseaux privés qui se sont formés autour de Berlusconi, des groupes de presse Rizzoli ou Mondadori. Beaucoup de ces télés locales ont eu une existence éphémère, mais il faut comprendre que ce phénomène"d'anarchie à l'italienne" a eu une triple conséquence :

. de satisfaire la boulimie du téléspectateur, astreint au régime contrôlé du monopole de l'Etat.

. d'assécher les ressources financières et d'épuiser le patrimoine culturel national d'images. D'où l'emprunt massif de films et de téléséries américaines et brésiliennes.

. de renvoyer aux calendres grecques (ou romaines) le développement des systèmes de communications, sinon des nouvelles technologies (vidéotext, services interactifs, etc...).

(1) "A partir de 1982, Télébiella émet d'une façon régulière : mais elle sera dissoute en Janvier 1973. Toutefois, la justice devra l'autoriser à émettre de nouveau, après avoir constaté un vide juridique dans le code des PTT (rédigé en 1936) qui ne visait nulle part les installations de télévision par câble. C'est donc au regard de l'article 21 de la constitution que Télébiella put continuer à émettre. Ainsi, était ouverte la première brèche dans le monopole de la RAI-TV : télévision locale par câble va se développer grace, tout d'abord, à un vide juridique, puis par la volonté explicite du juge.
Voir "télévisions déchainées" de Gournay, Musso et Pineau, la documentation française, CNET-INA, Paris, 1985, p 31.

Pénétration comparée du câble face aux autres supports TV en Europe de l'Ouest, en Amérique du Nord et au Japon, 1984 (en proportion du nombre de foyers TV).

Pays	TV	CATV	VCR	STV	LPTV	MDS	DBS	MATV	SMATV
Belgique/ Luxembourg	96	81	n.d.	-	-	-	-	5	-
Pays-Bas	97	54	18	-	-	-	-	13	-
Suisse	90	47	16	-	-	-	-	10	-
Irlande	89	25	n.d.	-	-	-	-	2	-
Norvège	95	14	17	-	-	-	-	14	-
Danemark	96	10	15	-	-	-	-	50	-
Autriche	96	9	n.d.	-	-	-	-	3	-
Finlande	94	6	n.d.	-	-	-	-	34	-
Grande-Bretagne	97	6	20	-	-	-	-	5	-
Suède	98	5	17	-	-	-	-	48	-
Allemagne féd.	97	4	18	-	-	-	-	37	-
France	93	2	7	2	-	-	-	39	-
Canada	98	62	13	-	-	-	-	-	1
Etats-Unis	98	39	19	1	6	1	-	-	1
Japon	98	12	29	-	-	-	-	-	-

SOURCES: CIT Research Ltd. (Europe); Association Canadienne de Télévision par Câble (ACTC), Harrison/Young/Pesonen & Newell Inc. (Canada; International Communication Research, United Satellite Communication Inc. (Etats-Unis); Institut de recherche de la NHK (Japon).

Légende : CATV (community antenna TV) - câblodistribution
VCR (video cassettes Recorder) - vidéo
STV (suscripted TV) - télévision hertzienne brouillée
LPTV (low power TV) - télévision payante de faible puissance
MDS (Multipoint distribution Service) - télévision par distribution multipoint
DBS (Direct broadcasting satellite) - satellite à diffusion directe
MATV (master antenne TV) - télévision par antenne collective
SMATV (satellite master ant TV) - télévision par antenne + satellite

On peut donc remarquer qu'en Amérique, l'industrie de la câblodistribution est née dans le sillage de l'industrie de la télédiffusion. Dans un premier temps, son rôle consistait surtout à augmenter le nombre de chaînes offertes au téléspectateur . Par la suite, après avoir partiellement absorbé l'industrie de la télédiffusion (télés locales, diffusion par satellite , cinéma à domicile), la câblo a ambitionné d'être le système technologique intégrant toutes les communications personnelles à domicile (vidéotext , banques d'information, téléachat, télébanque, téléalarme). C'est ainsi que la câblo a rencontré sur son chemin l'industrie du téléphone et des télécommunications qui avait entrepris la même mission en commençant par les institutions d'affaires, de banque et de commerce (télé-informatique, bureautique, systèmes intégrés d'information interne et externe).

En Europe, la logique est à l'opposé. Les organismes de télédiffusion ont agi de sorte que la câblodistribution ne voit pas le jour et quand il y a eu quelques vagissements, elle a tout fait pour étouffer le bébé naissant. Prenons à titre d'exemple le câblage des villes nouvelles en France au temps du gouvernement Giscard d'Estaing. A part l'expérience de la production locale à Grenoble qui est tout à fait exceptionnelle, on s'est organisé pour que les réseaux ne soient pas alimentés par autre chose que les chaînes publiques hertziennes. Après 10 ans de dépérissement, le câble de l'ancienne "ville nouvelle" de Cergy-Pontoise, en banlieue parisienne, redémarre en diffusant 11 chaines à 20.000 abonnés, à partir de Décembre 1985 !

En fait, le câble a été lancé par les P. et T., comme extension ou "aboutissement" normal du réseau public de communication. C'est évident en France, où le "plan-câble" appartient à la Direction Générale des Télécommunications (D.G.T.) qui sera propriétaire des infrastructures. En Allemagne, le Ministre responsable de la Deutsche Bundespost (DBP) a dû longtemps défendre "son" câble contre les lander dont la majorité lui est farouchement opposée. En Angleterre, le gouvernement Thatcher considère que la télévision par câble ne doit pas être considérée comme un prolongement du service public de radio-télévision (1).

Le câble appartient aux P. et T. selon une logique à 4 temps :

Logique d'entreprise - Seules les P. et T. ont l'envergure organisationnelle pour se lancer dans un plan dont le but à terme est le rééquipement technologique de l'ensemble du pays. En France, après la modernisation du téléphon (les années soixante), la mise au point du vidéotex et le lancement des satellites Télécom, la DGT avait besoin d'un projet d'envergure pour ne pas dépérir et licencier ses effectifs. L'expansion de l'entreprise et le mainti de l'emploi est la raison qui concilie la logique des patrons et les intérêt des syndicats.

Logique industrielle - Il n'est pas besoin d'insister pour dire que, ce qui intéressait réellement le gouvernement Thatcher en 1982, quand il a défini sa politique de câblage pendant l'année des IT ("Information Technology"), c'est la politique industrielle qui devait permettre des investissements de l'ordre de 3 milliards de livres. Dans les systèmes du futur, il fallait

(1) "Les dossiers de l'Audio-visuel" N° 3, la Documentation française et l'INA, trois plans pour le câble, Oct 85, p. 35.

empêcher que le matériel soit japonais et les programmes américains. Et en France, on sait l'absence d'intérêt de la DGT pour la télédistribution de programmes audiovisuels, elle dont le personnel est essentiellement composé d'ingénieurs et de techniciens !

Logique de systèmes - Les P. et T. gèrent des réseaux :

. Réseaux téléphoniques qui ont été modernisés, qui sont numérisés à près de 50 % et qui supportent des systèmes de vidéotext et même de visiophonie.

. Réseaux de télécommunications qui offrent des services de télex, d'audio-vidéoconférences et de communications d'entreprise.

. Réseaux de câbles interactifs pour supporter la télédistribution certes, mais surtout les téléservices et même les services interactifs d'images.

Selon les P. et T., tous ces réseaux devront un jour (à l'horizon de l'an 2000) s'intégrer dans les fameux RNIS (Réseaux Numériques à Intégration de Services). Les télédiffuseurs sont surtout des gens de contenu ; les télécommunicateurs, des gens de réseaux. Qui intégrera l'autre !

Logique culturelle - Même si une telle réflexion est récente, il faut mentionner que les grands pays considèrent que l'envahissement culturel est inévitable et que le danger viendra du ciel. Un câble est plus facile à contrôler, pense-t-on, que la diffusion par satellite. Il est possible également de prévoir des nouveaux usages de l'audiovisuel et des nouvelles technologies (interactivité, convivialité, décentralisation, personnalisation, participation).

L'hypothèse des 4 âges

Comme on peut le comprendre, il existe de multiples raisons qui expliquent le développement varié du câble dans les pays économiquement avancés. Mais pourquoi certains grands pays producteurs de culture ont-ils retardé si longtemps l'arrivée du câble ? Pourquoi certains petits pays multilingues et multiéthniques se sont fait les champions du câble ? Quels sont les rapports entre câble, télévision, télécommunication ? Qui sont les acteurs, les promoteurs, les bénéficiaires du câble ?

On peut poser comme hypothèse qu'il y a quatre stades de développement du câble, mais il n'est pas dit que, comme dans tout phénomène d'évolution, il faille passer régulièrement d'un stade à l'autre : certains pays, à certaines périodes, sautent des étapes, d'autres s'attardent. Par ailleurs, quand on parle ici de câble, il ne s'agit pas simplement d'un moyen de transport de l'information, mais d'un véritable média qui infère un modèle de communication. Il existe une certaine forme de rapport des acteurs entre eux (téléspectateurs, producteurs, artistes, etc) et une certaine relation avec l'information, la culture, le monde... Pour illustrer mon propos, si la télévision a tellement changé en Amérique en 20 ans, c'est à cause de la cablodistribution, parceque la 1ère s'est faite intégrée par la seconde. Et si la télévision européenne a une facture d'il y a vingt ans

.../...

(et cela dit en dehors de tout jugement de valeur sur la qualité des émissions), c'est parce que l'on a volontairement freiner l'évolution des structures de communication . Enfin si la période actuelle a l'air si troublé (en raison de la déréglementation, de la privatisation et de la diversification des médias), c'est que - par des impératifs économiques et des logiques d'entreprise -on doit mettre fin au régime de haute surveillance de la télévision, au protectionisme culturel, à un certain ordre intermédia. Nous entrons dans une zone de perturbation atmosphérique où deux mondes vont s'affronter. L'Amérique et l'Europe se confrontent sur le terrain des industries culturelles. Deux autres mondes se font face également : le monde de la téléphonie/télécommunication et le monde de la télédiffusion qui entrent chacun à leur façon, dans le système hybride et intermédiaire de la câblodistribution. Un jour, c'était dans les années vingt, ces deux industries se sont séparées le monde de la communication sonore : ce fut les accords de Yalta entre RCA (la radiophonie) et Bell (la téléphonie)...

	Configuration technologique	Temps de développement	Aire de développement	Contenus spécifiques	Configuration industrielle	Relation avec les médias
1er âge les antennes collectives CATU	le câble est un système passif qui joue le rôle de retransmetteur. le câble est CATV-MATV, Capacité : 4-6 canaux	- De 1950 à 1965 : au Canada et aux USA -jusqu'à maintenant	-au Canada et aux USA La majorité des foyers câblés en Europe (France, G.B, RFA, Pays Nordiques)	Retransmission des chaines hertziennes environnantes	Les propriétaires sont en général de petits commerçants d'appareils de TV	Le câble n'est pas autre chose qu'une extension des systèmes hertziens de télévision
2ème âge la câblo-diffusion	architecture en arborescence - cable coaxial capacité : 12 canaux	- de 1965 à 1975 -jusqu'à maintenant	-au Canada -en Belgique (81%) aux Pays-Bas (54%) en Suisse, en Irlande (Pays-carrefour, multilingues)	Chaines étrangères (américaines au Canada, européennes pour les Belges) Production locale (Québec, Belgique Suisse, Hollande)	Naissance des industriels du câble : sociétés de travaux publics qui sont assimilées à des sociétés de télécommunication	le câble élargit l'espace de communication. Il démassifie et internationalise
3ème âge la câblo-distribution	. architecture arborescente . têtes de réseaux bien équipés en stations de réception . utilisation des satellites capacité : 36 canaux	- de 1975 à nos jours	essentiellement les USA (39%) et le Canada (62%). Quelques systèmes expérimentaux en RFA (Ludwigshaffen) et en Angleterre (Swindon)	. chaines thématiques (sport, musique, film) . chaines à péage . services de type télématique	distinction entre . constructeurs . exploitants . producteurs avec intégration horizontale ou verticale	le câble crée de nouveaux contenus, intègre la télématique et négocie avec le cinéma
4ème âge la vidéo-communication	. architecture "en étoile" . communication à large bande . intégration des systèmes capacité : remplacement de la notion de canal par réseau	autour des années 90	. plan-câble en fibre optique en France, en GB et aux USA	. services interactifs (télévidéothèque, téléachat) . service d'images	. en Europe le génie vient des P et T qui construisent les réseaux	le câble vend des services plus que des images

Ce tableau schématise beaucoup de données qu'il faudrait expliciter, probablement dans un autre texte. Rappelons cependant certaines choses :

a) LA NOMENCLATURE : Il a bien fallu trouver un mot pour caractériser chacune des époques . Le terme " Télévision par câble " n'est pas pertinent puisqu'il ne spécifie rien.
Au 3ème âge, le mot " Câblodistribution " ou plus généralement " Télédistribution " est intéressant parce qu'il dit bien la nécessité de sélectivité exigée de la part du téléspectateur, en raison du grand nombre de contenu offert. C'est le début de l'interactivité du système ; interactivité de choix au moins, interactivité télématique et téléphonique quand le câble s'hybride avec le réseau téléphonique. Dans le 4 ème âge, j'ai remis la dénomination française : ce câble est totalement intéractif, d'une interactivité " Plein Canal ", la Vidéomatique.

b) LA GEOGRAPHIE DU CABLE : C'est probablement les ANGLAIS qui ont inventé les CATV (Community Antenna TV); la compagnie Rediffusion INC. existe depuis près de 40 ans. Le câble de la 1ère génération a servi à étendre les aires de diffusion de la télévision, à apporter la télévision dans les banlieues, les zones d'ombre et les endroits inaccessibles aux ondes. La câblo-diffusion, comme on l'appelait à l'époque, a été développée surtout dans les " Pays-Carrefour " : Le CANADA, le QUEBEC, la BELGIQUE, les PAYS-BAS, la SUISSE, y compris les pays qui n'avaient pas de velléité hégénomique et qui acceptaient, pour leur bonheur ou leur malheur , les contenus culturels des pays limitrophes. Tout le monde sait que les Américains ne regardent pas autre chose que leur télévision, que les Français encouragent le protectionnisme culturel, au nom de la protection de la langue Francaise...

Ce sont les USA qui ont ouvert la voie à la câblo-distribution . Entre 1972 et 1976, la FCC a cessé de protéger ostensiblement les télédiffuseurs et a permis aux câblo-opérateurs la création de nouveaux contenus et un type de financement propre au nouveau média : Le payement à l'usage .

Depuis 4 ou 5 ans, quelques grands pays Européens tentent de sauter à la 4ème génération de câble, poussés en cela par les puissantes sociétés nationales : British Telecoms, Bundespost, DGT . En raison même de leur statut de service public (et de monopole) , auront-elles la possibilité d'éviter une guerre téléphonie/télédiffusion? La planification nationale a aussi ses vertus, en ce temps de concurrence !

c) SPECIFICITE DU CABLE : C'est à partir du 3ème âge que le câble véhicule un contenu spécifique, autre que celui de la télévision appelée " traditionnelle " ; chaînes thématiques, télévision à la demande, services spécialisés. La " facture " de la télévision change aussi en raison du comportement du téléspectateur (c'est le téléspectateur du 2ème type, sélectif, nerveux et superficiel). Le câble de la 4 ème génération est déjà autre chose qu'un support à images de masse : il vend des services de plus en plus personnalisés et il intégre les activités de loisir et de travail, les démarches affinitaires et agrégatives.
Si la guerre du câble (et du satellite) est en train d'éclater entre l'Europe et l'Amérique, c'est que ce média ne joue pas tellement la fibre nationale. Entre le local (affinitaire, géographique et thématique) et l'international (qui rentabilise le premier), le national s'effrondre. Le mot est fort encore !

L'Europe des communications a de la difficulté à naître, parce que c'est l'Europe des Nations, et non l'Europe des Régions et le monde des réseaux.

Le Satellite en Europe ou
comment lutter d'égal à égal avec l'Amérique.

Comme tous de savent, ce sont les satellites (en conjonction avec les câbles) qui ont permis l'extension et la transformation des systèmes de diffusion audio-visuelle. En fait il existe trois types de satellite qui n'ont pas les mêmes fonctions : satellites point à point, de distribution et de diffusion directe.

Evolution technique du satellite et transformation de son usage

Type de satellite	DEFINITION	Période de développement	Puissance des satellites	Taille + prix des antennes	Fonction	Modèle de communication
Point à point	satellites transmettant des signaux entre 2 stations terrestres puissantes situées hors des villes	1950 à 1965	Quelques watts	10 M. à 30 M. et 500.000$	liaison transcontinentale	d'Etat à Etat
distribution	satellite reliant des centres émetteurs et de multiples stations locales de redistribution	1965 à 1985	50 watts	autour de 3 M et 50.000$	liaison internationale entre systèmes de communication (câble)	du continental au local
Diffusion directe	satellites très puissants reçus par une multitude de points de réceptions, sans nuire aux autres systèmes terrestres	au delà de 1985	500 watts + plus	moins de 1 M et 500$	liaison centre émetteur et lieux privés	du continental à l'individuel

Au début des années soixante et dix, on a cru le câble et le satellite, deux technologies de distribution possiblement concurrentielles, allaient s'exclure mutuellement. Or sans le satellite, le câble se serait fort peu développé aux USA - cela est différent au Canada et en Belgique, étant donné notre hypothèse (1) qui veut que les grands pays Producteurs de contenus (USA, France, RFA, GB) ont montré peu d'intérêt pour la câblodiffusion.

Dans les années 80, certains milieux croient que le satellite à diffusion directe rend caduques les plans-câble de la France, de l'Angleterre, de la R.F.A..
Aux U.S.A. on a annoncé de 5 à 10 projets mirobolants de réseaux de diffusion par satellite : après ce feu d'artifice de rêves et de constructions publicitaires, la réalité a repris ses droits. Croit-on encore à ce type de satellite? Certes, on vend des antennes d'un mètre ou deux à des particuliers (les antennes du 2ème type), en général situés dans les zones non-câblées, ou à des établissements qui offrent des services spéciaux de transmission (par exemple, les fameux "satellite Bar"). Mais le câble continue à se développer (40%) et le satellite ne s'implante que dans les marchés auxiliaires (habitats dispersés, zones non-câblées). En Europe, les choses ne sont pas claires encore. Le satellite joue un rôle pédagogique ! On parle beaucoup de chaînes-satellite : tout diffuseur présent et futur retient sa place sur le prochain satellite. Mais qui captera ces futures chaînes européennes ? Les Belges, les Hollandais, les Suisses - ceux qui sont déjà câblés ...

(1) voir infra : les 4 âges de la câblodistribution.

LE CABLE " AERIEN "

Contrairement au CANADA et aux USA qui avaient besoin du satellite pour la couverture de leur territoire national, l'Europe s'est intéressée plus tardivement à l'usage du satellite, hormis le service de transmission intercontinentale assuré par INTELSAT . A quoi peut bien servir un satellite pour MONACO, ANDORRE ou le VATICAN, pays souverains dont la superficie se compare à un mouchoir de poche ... A moins que l'on ne vende sa "place en l'air ", sa place de parking à des voisins plus à l'étroit. C'est le cas de CTL , La Compagnie de Télévision Luxembourgeoise, bien placée pour un triplé francophone (BELGIQUE, FRANCE, SUISSE), ou germanophone (LUXEMBOURG, ALLEMAGNE, SUISSE). Sait-on que 10% des revenus extérieurs du grand duché du Luxembourg provient de CTL! Mais laissons cela ...

Maintenant que la FRANCE a un lanceur qui travaille bien (ARIANE), l'Europe aura bientôt plusieurs satellites très puissants, à diffusion " Semi-Directe ". Le problème du satellite à diffusion est moins un problème technologique, qu'un problème de production industrielle d'antennes à prix populaires. Mais c'est comme l'oeuf et la poule. Comme le disait le Ministre allemand des Postes : " Sans réseaux, pas de programmes offerts : sans programmes, pas besoin de réseaux ". Si on n'a pas d'acheteurs, on n'a pas d'antennes bon marché ; si on n'a pas d'antennes bon marché, on n'a pas de client...

L'Europe tente t-elle de sauter une génération de satellite, ne sachant que faire du satellite de distribution? Les grands pays européens se sont fait prendre de court en ignorant le câble dans les années 70. Etant obligé à l'heure actuelle de satisfaire la demande, compétitionner avec les Américains sur le plan de la création de programmes, le satellite à diffusion directe n'est-il pas la bonne solution ?
Mais voyons la situation de l'équipement de réception de l'Europe :

1er POINT

La BELGIQUE (81%), les PAYS-BAS (54%) , la SUISSE (47%), l'IRLANDE (25%), sont les pays les plus câblés . Mais étant de petits pays, ils sont peu de chance d'augmenter leur production audio-visuelle.
Ils sont donc clients éventuels d'un câble " AERIEN ".
Mais le satellite dont ils ont besoin est un satellite de distribution.

2ème POINT

La FRANCE (2%) , la RFA (4%), la GRANDE-BRETAGNE (6%), l'ITALIE (0%) , sont peu cablés. Les trois premiers ont un plan-câble lancé qui risque d'atteindre une taille raisonnable dans 10 ans seulement.
Ces pays ont une capacité de production et sont en mesure d'être les promoteurs de chaînes-satellite.

A l'heure actuelle, c'est la GRANDE-BRETAGNE qui produit le plus de chaînes non conventionnelles, par des usages autres que la diffusion sur le territoire par voie hertzienne.

Notons :

PREMIERE : chaîne payante de films, appartenant à Thorn-Emi en collaboration avec HBO, Columbia, Fox et Warner.

STYCHANNEL : chaîne payante généraliste, appartenant à Marwell, le géant des nouvelles chaînes avec 8 millions d'abonnés (?).

MUSIC BOX : chaîne thématique payante de Thorn-Emi.

SPORT-SCREEN : chaîne thématique payante, lié a son jumeau américain ESPN.

THE CHILDREN CHANNEL : chaîne thématique payante de Thorn-Emi

La FRANCE coordonne la chaîne francophone multi-pays, T.V.5.

Elle a des projets pour une chaîne "NEWS" (Visnews, le Monde, AFP).
Elle mettra sur le satellite TDF la 5ème chaine (privée) du groupe Italo-Francais Berlusconi-Seydoux.
Elle projette une sixième chaine multi-villes 'musique', qu'elle a promise au groupe Belgo-Luxembourgeois-Francais, RTL-Europe 1 - NRJ.
Elle annonce une chaine-satellite à vocation culturelle (de service public).

L'ALLEMAGNE à ses réalisations, pour alimenter ses câbles :

3 Sat , sur le modèle de TV 5 pour la communauté allemande (RFA, AUTRICHE, SUISSE).
SAT I , chaîne généraliste privée appartenant à un consortium de banques, de magasins et de grands éditeurs (Axel Springer, Burda).
R.T.L. Plus, extention Luxembourgeois Germanophone (CTL, Bertelsmann).

3ème POINT

Les pays Nordiques sont particulièrement bien équipés de MATV. Les " Master antenna TV " permettent d'imaginer un système de câble aérien, qui est une combinaison du satellite de distribution et des antennes collectives installées sur le toit des édifices à logements multiples.

50% des foyers danois sont équipés d'une MATV, 48% en SUEDE, 34% en FINLANDE, et 14% en NORVEGE.

Toute la question est de se demander comment on convertit des MATV (Master antenna TV) en SMATV (Satellite Master Antenna TV).

Notons également :

Qu'il existe 39% d'antennes collectives en FRANCE, et 37% en RFA : Il faut dire que 50% du logement francais est collectif. Evidemment il faudrait voir si la majorité des équipements collectifs de communication ne sont pas désuets et n'acceptent que quelques chaînes. Mais étant donné l'implication de l'Etat dans le câblage, comment celui-ci va-t-il concilier ses intérets dans le câble et dans le satellite ?

En conséquence, nous avons des pays (BELGIQUE, HOLLANDE, SUISSE) équipés pour recevoir des chaines en provenance de pays bien intéressés à produire (FRANCE, GRANDE-BRETAGNE, RFA).

Par ailleurs, nous avons des pays mal équipés sur le plan de la réception (FRANCE GRANDE-BRETAGNE, RFA) et, pas plus intéressé qu'il faut à ouvrir leur marché national à leurs propres produits nouveaux.

Satellites européens avec canaux T.V.

SATELLITES EN FONCTION

Date lancement	Nom du satellite	Pays ou opérateur	Type [1]	Puiss. en watts	Nbre de can. TV	Nbre de can. Com.
	GORIZONT	URSS	COM	15	5	6
05.81	INTELSAT V F-1	INTELSAT [2]	COM	10	6	32
12.80	INTELSAT V F-2	INTELSAT	COM	10	4	6
03.82	INTELSAT V F-4	INTELSAT	COM	10	3	23
06.83	ECS-1	EUTELSAT	COM	20	10	20
08.84	ECS-2	EUTELSAT	COM	20	3	26
08.84	TELECOM 1-A	FRANCE	COM	20	2	26
04.85	TELECOM 1-B	FRANCE	COM	20	12	33

SATELLITES DONT LE LANCEMENT EST DÉCIDÉ

09.85	ECS-3	EUTELSAT	COM	20	9	42
05.86	TV SAT-1	R.F.A.	TDS	220	4	62
07.86	TDF 1	FRANCE	TDS	220	4	66

Chaînes actuellement diffusées par satellite

Satellite	Nom de la chaîne	Pays
GORIZONT	Programmes I et II	U.R.S.S.
INTELSAT V F-2	TVE1, TVE2 Brightstar : Liaison TV Visnews	Espagne G.-B./U.S.A. U.S.A.
ECS 1.	RAI (passera sur ECS-3 à l'automne 1985) RTL PLUS (diffusion satellite prévue fin 1985) 3 SAT : chaîne germanophone TV5 : chaîne francophone New World Channel Sky Channel Music Box Film Net (Esselte video)/ATN Teleclub/Pay sat/Scorpio Sat. 1 : PKS, Aktuell Presse etc.	Italie Luxembourg R.F.A. France Norvège G.-B. G.-B. Hollande/Belgique Suisse/R.F.A. R.F.A.
ECS 2	N R K Eurovision (2 canaux)	Norvège U.E.R.
INTELSAT V F-4	Children's Channel, Première Screen Sport Ten Movie Channel	G.-B. G.-B. G.-B.
TELECOM 1-A	Worldnet	U.S.A.

LE REVE DE LA TELEVISION EUROPEENNE

Le satellite est un outil pédagogique extraordinaire ; il fait comprendre ce que l'on n'arrive pas à expliquer aux individus, aux institutions, à l'Etat.

La menace du satellite a fait comprendre aux Européens (et notamment aux Français) que tout était en train de changer dans le merveilleux monde de la télévision publique - après trente ans de consolidation d'un modèle harmonieux, que le ciel allait leur tomber sur la tête, que les Américains, tels des envahisseurs, se préparaient à profaner leur maison, à souiller leur culture avec des produits commerciaux, vulgaires (Dallas), halletants (les clips), enfantins... Et ils arrivent par les deux bouts de l'Europe, par l'Angleterre (c'est normal, question de langue) et par l'Italie (l'anarchie du sud).

Les Européens connaissaient les Nord-Américains, évidemment; ils ont vu Dallas, Dynasty, les westerns et Mickaël Jackson. Mais ces produits culturels proviennent des circuits habituels d'échanges entre les chaînes nationales et sont intégrés à la programmation classique. Or ce qui leur arrive du ciel avec Sky Channel, CNN, Music Box ou les autres, ce sont des chaînes complètes. Et en arrière, dissimulés par des partenaires européens, les "majors" de l'industrie cinématographique et les grands networks. Par exemple, la chaîne de télévision à péage Première avec participation majoritaire de la multinationale Thorn-Emi, d'origine britannique, et associée à Goldcrest, Fox, Colombie, HBO, Showtime-The Movie Channel et Warner. Bernard Guillou, aux journées internationales de l'IDATE, dit : "c'est la fin de régime courtois" (1), et le début de la lutte capitaliste pour la prise de contrôle des grandes sociétés de production et de diffusion. Autre chose : l'envahissement par la télévision est ressenti en Europe comme une violation de l'univers culturel beaucoup plus grave que le cinéma, la musique ou l'architecture. Il y a une certaine universalité de l'art : la télévision, comme les habitudes alimentaires, est au contraire beaucoup plus basique. La télévision fait partie intégrante de la culture populaire, au même titre que le steak-frites, la baguette et le saucisson à l'ail !

La réponse à cette "starwar" culturelle, c'est la télévision européenne. Pour concurrencer un marché de 300 millions d'Américains, 300 millions d'Européens. La solution technologique, le satellite ! Mais on oublie qu'il y a toute une gamme de cultures nordiques et de cultures latines, que les réglementations ne sont pas harmonisées, que le développement des infrastructures de diffusion n'est pas au même niveau. Qu'est-ce qu'il a de commun entre un Italien du Sud et un Norvégien, sinon leur goût commun des produits internationaux ? Par delà l'existence de spécificités nationales, le ciment de l'Union européenne ne réside-t-il pas d'une part dans le cinéma, d'autre part et surtout dans "Starsky et Hutch" qui, les mesures d'audience l'attestent, recueillent les taux les plus élevés dans la plupart des pays concernés (2).

(1) Bernard Guillou "Les Stratégies multi-médias des groupes de communications", la Documentation Française, Paris 1984.

(2) Coste-Cerdan, Nathalie, "chaînes thématiques européennes : Airbus ou Concorde", le bulletin de l'IDATE, nov 1985 p 525.

Il y a quelque chose d'assez terrible dans cette phrase lâchée aux 7e journées internationales sur l'Europe des communications. L'existence d'un marché européen de l'audiovisuel repose évidemment sur un moyen technologique de distribution des programmes (tel le satellite), mais ce n'est pas ce qui est fondamental. Après tout, Dallas est distribué dans 75 pays et on n'a pas attendu les satellite de diffusion directe pour le faire. En Europe le système futur de distribution de la télévision risque d'être un réseau hétérogène câble-satellite-hertzien.

Dans certaines zones densément peuplées et relativement riches, le câble demeure la solution la plus valable : ailleurs d'autres moyens sont envisageables.

Mais la crise de l'audio-visuel européen révèle autre chose :

1 - la nécessité d'un mode de production industrielle dans le circuit des produits culturels. Par opposition à la gestion "efficace" des systèmes privés de télévision, on oppose souvent le fonctionnement des radiotélévisions publiques qui ont développé en trente ans un savoir-faire artisanal, plus proche de l'art que de la fabrication industrielle. Mais le rapprochement trop rapide entre "télévisions privées" et "production culturelle" est abusif, car les sociétés de service public pourront s'adapter rapidement au nouveau paysage audiovisuel, à condition que leur action ne soit pas entravée par un pouvoir politique omniprésent ou une action syndicale totalement contraignante. Après tout, ce n'est pas le caractère de service public qui a nui à la Radio Télévision italienne (RAI) et qui est responsable de la déréglementation sauvage de l'Italie, mais c'est plutôt la tutelle politique qu'exerçait la Démocratie Chrétienne pendant 30 ans. De même la très libérale Margaret Thatcher ne songe pas à privatiser la BBC.

2 - L'importance des entreprises de production et de diffusion audiovisuelles, qui implique pratiquement leur dimension transnationale : pas nécessairement européenne, car la logique du capital n'épouse pas toujours les contours des communautés linguistiques, culturelles ou territoriales. C'est comme dans l'industrie de l'automobile. Pourquoi tel type de regroupement ? Pourquoi pas tel autre ? pourquoi Renault-AMC, pourquoi certaines alliances nippo-américaines, des consolidations nationales en Allemagne et en France, les trois grands américains et l'élimination des autres ? La production culturelle intéresse le grand capital et il s'y investit avec la pratique courante et les lois du genre. Esquissons le paysage à grands traits :

+ les télévisions publiques. Quoique le courant de la privatisation soit fort, il est difficile à l'heure actuelle d'imaginer que les grandes sociétés publiques ne soient pas des partenaires majeurs : la RAI, la BBC, A2-TF1, la ZDF-ARD, RTB sont des institutions puissantes qui sont en train d'opérer leur conversion à un nouveau modèle de radiodiffusion concurrentielle (concurrence nationale par rapport au privé, concurrence transnationale, concurrence par rapport aux autres médias, etc.)

+ un axe des télévisions latines, en provenance du Sud dont l'opérateur central semble Berlusconi, propriétaire des trois grands réseaux privés italiens (Canal 5, Italia 1, Rete 4), qui vient de s'allier avec le groupe Seydoux de la famille multimillionnaire Schlumberger, pour former la 5ème chaîne française (et la première réellement privée en France), avec des ambitions certaines d'alliance espagnole et l'espoir d'englober télé Monte-Carlo.

+ un axe du centre, autour de CTL (Luxembourg, Belgique, France et autres). La compagnie de télévision luxembourgeoise opère déjà une radio et une télévision au Luxembourg, en Belgique et dans le Nord-Est de la France (Lorraine) et est candidat à la 6ème chaine de télévision privée qui diffuserait sur toute la France, même si elle doit faire alliance avec Europe 1 (appartenant aux intérêts publics français) et/ou avec le réseau radiophonique privé NRJ. CTL a de solides appuis en Belgique, auprès de Albert Frère et de la banque Bruxelles-Lambert. Et ce qui complique singulièrement l'identification du contrôle du groupe, c'est que A. Frère s'est allié à Rupert Murdoch (1) et à Paul Desmarais de Power Corporation (2). Il ne faut pas oublier aussi que CTL a donné naissance à un jumeau germanophone, CTL-Plus en association avec Bertelsmann, le plus grand des éditeurs de livres, de revues et de disques en RFA. CTL a une concession promise de 2 canaux de télévision sur le satellite français TDF1. Enfin, CTL possède 20% de TEVEC, la compagnie de télévision payante francophone du Canada. Pour toutes des raisons, CTL me semble incontournable, quand on établit la géographie des empires médiatiques en Europe.

+ un axe de l'Ouest, en provenance des pays anglo-saxons dont l'opérateur principal est Thorn-Emi qui est avant tout un fabricant d'électro-ménager et d'appareils de communications. Thorn-Emi est un opérateur de câble et possède en priorité la plupart des chaines de télévisions satellisées, dont Première, Pay TV associé à HBO, Columbia, Fox, Warner, de même que les chaines Jack in the box et Music box. C'est un peu Thorn-Emi qui est responsable en Europe de la panique engendrée par la participation des grandes compagnies médiatiques américaines à la construction des câbles, à l'alimentation en programmes des nouvelles chaines de télévision.

A titre de conclusion partielle, reprenons une phrase de Pineau et Musso, analysant les "télévisions déchaînées" (3) : "la philosophie du rapport Bredin sur les nouvelles télévisions hertziennes (4) est fondée sur le mythe d'une voie française, rationnelle et ordonnée, à un système de télévision, faisant coexister le service public et les télévisions privées par la seule vertu des règles juridiques".

L'arrivée des NTC (satellites, câble, video) ont remis en question l'ordre établi dans l'audio-visuel par les télévisions publiques. Le satellite a tout bouleversé, mythiquement plutôt puisqu'au niveau des clientèles les choses n'ont pas tellement évolué : le satellite est l'oeil de Dieu, et Dieu est américain, pour le moment! Certains hommes font peur : Ted Turner, avec ses allures de cow-boy du Sud profond, Berlusconi, le mangeur de spagetti, Rupert Murdoch, l'australo-anglo-américain. Les journaux aiment bien les héros, leur mine patibulaire et leurs pistolets braqués. Certaines compagnies effraient par leur volonté de contrôle : Thorn-Emi qui pactise avec le diable, CTL qui n'a pas de morale nationale. L'audiovisuel est un secteur capitaliste comme un autre et l'argent n'a pas de frontières...

(1) Le groupe de R. Murdoch s'est construit à partir de son fief australien, par acquisitions successives de journaux en Grande Bretagne (the Times, the Sun), aux USA (New York Post, Chicago Sun-Times). Il possède la première chaine satellisée enropéenne Sky channel. On prête l'ambition à Murdoch de tenter de construire un 4ème grand réseau de télévision aux USA.

(2) Power Corporation possède déjà un empire médiatique dans les journaux et la radio et contrôle maintenant télé-métropole, première télévision privée francophone. Power doit chercher à réinvestir les profits de télémétropole dans des groupes internationaux.

(3) Pineau et Musso : "l'aréglementation est une transreglementation", journées de l'IDATE, nov. 1985.

(4) Rapport Bredin, présenté au Premier Ministre en mai 85 sur l'implantation des télévisions privées en France, disponible à la documentation française.

LES RELATIONS INTERMEDIAS

Si la télévision change, les autres média aussi. Et les métamorphoses de la télévision risquent de se répercuter de medias en medias, dans toute la chaîne des industries culturelles.

Jusqu'à présent, les medias ont toujours eu entre eux des rapports conflictuels. Pour les publicistes, il y a un media dominant et les autres s'ajustent, en se répartissant le reste de l'attention du public. C'est ainsi que la radio garde son importance le matin et au retour du travail, lorsque la télévision ne prend pas encore le temps disponible des individus. Le cinéma a été colonisé par la télévision, qui est elle-même en train de l'être par la cablo-distribution. Mais il existe plusieurs types de rapports intermedia : économiques, technologiques, culturels, qui sont en train d'être revus. C'est le processus de déréglementation qui s'accompagne nécessairement d'une rerèglementation.

Il y avait, et il y a encore pour quelque temps, un ordre établi entre le cinéma et la télévision de service public; on pourrait dire, une politique protectionniste du cinéma qui n'a pas empêché le glissement progressif de l'industrie, mais qui l'a retardé. Mais on ne peut plus éviter de poser le problème en pleine lumière. On a accusé la télévision privée, et plus spécialement Berlusconi, d'avoir été le fossoyeur de l'industrie cinématographique italienne. L'octroi de la 5ème chaîne de télé française à "sua emittenze"(1) soulève un tollé de protestations des professionnels et des artistes, parce que sont modifiées les règles sacro-saintes suivantes :

1) la non-interruption de la diffusion des fims par des messages publicitaires,
2) le délai d'exploitation des films à la télévision. Entre la projection en salle, la vente en cassettes, la télé payante et la télévision privée, il existe des délais d'autorisation, mais qui diminuent de plus en plus.
3) enfin il est encore interdit de diffuser des films pendant certains jours et certaines heures où la fréquentation des salles de cinéma est la plus forte, mais on a l'impression que la rigueur n'est plus de rigueur.
4) Reste la politique de quotas sur les productions étrangères. Mais comment définir l'étranger ? Celui qui est hors de son territoire national, hors de sa communauté linguistique, hors de l'Europe ?

Par ailleurs, entre la télévision européenne actuelle "sous haute surveillance", et la télévision de demain (déjà là, dans un certain nombre de pays), il faut constater toute une évolution. A titre d'exemple, la télé française est beaucoup plus proche du cinéma ou du spectacle vivant que de la quotidienneté qui marque la télé américaine : son rythme est lent, le format de ses émissions est long. Il y a une prédominance de la parole et du commentaire. La part consacrée à l'information est nettement plus importante. Mais la concurrence va amener les chaînes publiques à réajuster leur programmation et leur style.

(1) jeu de mots entre "éminence" et "émetteur".

Entre la télé hertzienne et la télé câblée, il se creuse encore une différence, celle qui existe entre les chaînes thématiques et les chaînes généralistes, entre la programmation spécialisée (la Pay TV) et l'autoprogrammation (le pay-per-view).

Mais si l'univers des médias est en train d'évoluer, on n'a pas tous la même façon de le comprendre. Voilà pourquoi il est si difficile pour les états de réglementer. Ce qui se faisait hier ne s'applique pas nécessairement aujourd'hui. Une mauvaise règlementation, mal contrôlée, aussi! Il existe en fait plusieurs liens entre les médias.

1) lien de propriété.

Aux USA, Warner Communications, à l'origine producteur de cinéma (Warner Bros), est devenu éditeur de disques et de livres, propriétaire de ATARI fabricant de jeux video (revendu depuis quelques temps), 6ème exploitant de câbles aux USA (Warner-Armex), opérateur des chaînes satellisées Music television, Nickelodeon et Show time - the movie channel (PTV).

En Grande Bretagne, rappelons que Thorn-Emi est passée de l'électro-ménager au téléviseur, à l'édition vidéo, au câble et possède 3 des 4 principales chaînes câblées en Europe (Première, Music box, Jack in the Box).

En Allemagne, Bertelsmann est d'abord un imprimeur et un éditeur de livres et de revues (Stern, geo, Brigitte, etc.). Avec RCA, il est impliqué dans le disque et la production-film. Il participe à 50 % dans la programmation du réseau câblé de Ludwigshafen, est impliqué dans RTL-Plus, une télévision privée en langue allemande, et à une option d'utilisation du satellite TDF1.

Les Etats ont souvent été très sensibles à la propriété multiple des médias. Au Canada et aux USA, on a toujours surveillé la concentration de la presse ou de l'information, au nom du droit à l'information. Aux Etats-Unis, il existe la fameuse règle du 7/7/7 : interdiction de posséder plus que 7 stations de télé, de radio AM et FM. Mais il faut bien dire que cela a de moins en moins d'importance. D'abord ce sont souvent des sociétés à propriété anonyme : il n'y a pas forcément de relations éditoriales entre les diverses branches. Enfin on ne se pose pas beaucoup de questions quand ces sociétés appartiennent à l'Etat ! A l'heure actuelle, les Etats sont plus occupés à consolider leurs entreprises nationales contre l'envahisseur étranger qu'à protéger leurs citoyens contre le gigantisme de leurs institutions. Ce qui est bon pour Bell Canada est bon pour le Canada ; ce qui est bon pour le service public de la télévision est bon pour l'Etat français.

2) lien de filières médiatiques

Une filière médiatique est un enchaînement d'opérations techniques conduisant d'une matière première à un produit fini. Autre façon de définir, selon le Diberder du BIPE : "succession de stades techniques de production et de distribution reliés les uns aux autres par des marchés, en concourrant tous à la satisfaction d'une composante de la demande finale" (1). Jusqu'ici une filière médiatique se confondait avec un média. On était dans l'industrie du cinéma et, pour assurer sa réussite, on tentait de contrôler la production, la distribution et l'exploitation des salles. Les entreprises de presse ont compris depuis longtemps que, si on veut rester dans le métier, il faut contrôler les usines de papier, l'imprimerie, la fabrication de la nouvelle et la distribution.

(1) le Diberder, Alain, journées de l'IDATE, nov. 1984, "le prix des médias".

On appelle cela l'intégration horizontale, avec le contrôle de l'amont et de l'aval, tandis que la fusion d'entreprise se définit comme l'intégration verticale. Mais comme on ne peut pas tout contrôler et tout posséder, la stratégie gagnante consiste à contrôler le point névralgique de la filière. A mesure qu'un produit vieillit, le pouvoir se déplace de l'amont à l'aval, de la fabrication à la distribution. Il y a plus de profit à faire dans la distribution des journaux que dans la production du papier. - et c'est plus noble!

Dans la 2ème phase de développement du câble, les industriels ont envahi le secteur de la construction des réseaux ; en 3ème phase, il faut contrôler la distribution -d'où le nom de "cablodistribution". En 4ème phase, je suppose qu'il faudra être dans la production de services.

Mais on peut bien contrôler sa filière, et y crever ou à peu près. C'est le cas à l'heure actuelle du cinéma, parce que la frêquentation des salles diminue d'années en années, malgré le protectionisme médiatique. La presse quotidienne a connu une crise importante au cours des années 70, par la disparition ou la fusion de grands journaux. De la notion de filière-contenant, on doit passer au concept de filière-contenu.

3) lien de filière-contenu

Dans une économie de marché, tout est de se demander la spécificité du produit que l'on vend. Est-ce que les entreprises de presse vendent des journaux ou de l'information ? Est-ce que l'industrie du cinéma vend du film ou de la fiction ?

Donnons comme exemple le marché du film en France et aux USA (1) :

+ aux Etats-Unis, en 1982 :
66% des revenus du cinéma provenaient des salles
20% de la télévision
14% des circuits de video-clubs.

En 1985, les proportions ont complètement changé :

40% proviennent des salles
40% des video cassettes
20% de la télévision, et entre autre de la TVP.

+ En France (qui est un pays de cinéma, ie un pays qui protège "son" cinéma, en imposant une taxe sur les video cassettes, en permettant un développement contrôlé de la TVP et de la télé privée, en se hâtant lentement dans l'implantation du câble)

en 1984, 94% des revenus du cinéma provenaient des salles et de la télévision traditionnelle
6% des videoclubs

en 1990, 52% des revenus viendront des slles
33% de la video
15% de la télévision payante.

(1) Guillou, Bernard : "la diversification des entreprises de communication : approches stratégiques et organisationnelles", revue réseaux n° 14, CNET, nov. 1985

STRUCTURE DES FILIERES-CONTENU

FILIERE-CONTENU	compétences nécessaires	artisans impliqués	AUDIO-VISUEL cinéma	AUDIO-VISUEL télévision	AUDIO-VISUEL câble	autres médias
OEUVRES FICTIONNELLES	l'art de raconter- narrativité - dramatisation --- oeuvre d'imagination	écrivain --- cinéaste	film video	téléfilm télésérie téléroman	Pay TV Videothèque (Pay Per view)	Roman et autres oeuvres de fiction
INFORMATION	l'art de rendre-compte de l'actualité et de l'interpréter --- livraison de connaissance	journaliste --- documentaliste	documen taires	journal télévisé magazine	chaines thématiques "news" météo dow Jones	Journaux - revues news letters radio télématique - banque de données
SPECTACLE VIVANT	l'art de livrer une performance en direct --- maîtrise du corps + de l'esprit	Musicien artiste athlète		variétés reportage sportif	chaines thématiques musique sport	disque + radio Revues + journaux thématiques

La reconversion du cinéma en Amérique a été beaucoup plus rapide qu'en Europe, étant donné l'existence d'autres filières media. Très tôt, ie dès 1970, des câblo-producteurs (tel Home Box office) ont négocié avec les grands studios de production hollywoodienne pour produire à leur intention : HBO a 13,5 millions d'abonnés en 1984 et Cinemax 2,7 M, ces deux réseaux de télévision payante appartenant au groupe Time et faisant 216 millions de dollars de profit ; par ailleurs, Showtime et the Movie channel, qui appartient à Warner et à Warner-Amex, touchent environ 7 millions d'abonnés. La télévision américaine qui se nourrit de téléfilms et de téléséries fictionnelles s'est adaptée au jeu du repositionnement de l'industrie cinématographique. En Europe, on peut dire que c'est le contraire : la télévision (de nature plus "culturelle") n'a été que le véhicule de diffusion du film. Même si la télévision n'a souvent été que le marche-pied du 7ème art, elle lui a rendu un mauvais service en la payant mal (1).

Une filière-contenu rend compte d'un savoir-faire et d'un métier qui s'exerce d'un média à l'autre. Donnons quelques exemples de filière-contenu (voir infra)

La logique de fonctionnement de ces filières-contenus est différente :

1) les oeuvres fictionnelles travaillent dans une dialectique à deux temps : le catalogue et le "tube". Toute entreprise en santé a un catalogue d'oeuvres exploitables et se rattrape de temps à autre sur des succès.

2) Les entreprises d'information doivent à la fois fidéliser leur clientèle et présenter l'attrait du nouveau (le scoop, l'événement-choc, l'inédit, le témoin).

3) l'industrie du spectacle vivant repose à la fois sur le vedettariat et sur la subvention-sponsoring.

(1) Une télévision non-saucissonnée par la publicité pour reprendre une analogie alimentaire bien française, s'adapte mieux au format long et lent du cinéma (1h30). La télé privée risque de casser ce modèle artistique, au grand dam des cinéastes habitués aux grandes oeuvres.

Quelques modèles de relations intra et inter-média

Le type de relation	La nature	Le pourquoi	Le comment	A titre d'exemple	La réglementation
Acquisition d'entreprises médiatiques (relations entre médias)	Intégration verticale par l'acquisition d'entreprise à l'intérieur d'un même secteur	Economie d'échelle pour rentabiliser des opérations coûteuses	Concentration de la propriété des médias. Création de réseaux	L'empire HERSANT en FRANCE (journaux), BERLUSCONI en ITALIE (télés), MCA-Universal aux USA (films)	Aux USA, lois anti-trust, lois de la radiodiffusion : la règle du 7/7/7 aux USA. Aucune réglementation pour les nouveaux médias (câbles, cassettes)
Filière - contenant (relations intra-média)	Intégration horizontale en liant fonctionnellement les diverses étapes d'une activité de communication	Economie résultant du contrôle du processus de fabrication du produit, en aval et en amont	Liaison .production/ distribution/ exploitation .papier/imprimerie /contenu/distribution .construction/ distribution/ production	→ Filière cinéma → Filière presse → Filière câble	Réglementation professionnelle et intersyndicale
Filière-contenu (relation intermédia)	Intégration transversale autour d'un produit	Economie résultant de l'exploitation du produit dans sa métamorphose	Transformation du contenu en fonction du support. A partir d'un métier d'information, on peut faire un journal, une chaîne NEWS, un service télématique, une banque de données	Filière information Filière oeuvres culturelles Filière spectacle	En ce qui concerne l'information, déclaration des droits de l'homme (la liberté et le droit à l'information)

FAUT-IL CONCLURE ?

Au milieu d'octobre 1985, le Carrefour International de la Communication de Paris présentait un festival de 60 télévisions du monde. Sur le toit, 5 ou 6 antennes paraboliques de 2 à 3 mètres de diamètre, captant les satellites ECS, Intelsat, Gorizont. Tout n'était pas en direct, mais on avait fait en sorte que l'on puisse capter tout ce qui circule au-dessus des têtes. Télé-Liban, une chaîne soviétique, le Chili, 5 ou 6 chaînes africaines, la lecture du Coran dans les pays arabes, une télévision chinoise avec ses images fixes des années 50, Sky-Channel, Worldnet, TV5, la BBC et la télévision allemande...

Ce tour du monde préfigure-t-il l'avenir ? Oui et non. Il faut savoir que cette foire à images était réservée aux professionnels, en raison des droits d'auteur ; même si on savait les percevoir, on ne saurait pas à qui les distribuer... D'autre part, l'appareillage technique nécessaire à la captation des images n'est pas simple : sur un téléviseur familial, on manquerait de canaux.

Dans l'introduction, je donnais en 4 points les raisons qui expliquent la nécessité de la métamorphose des systèmes de communication.

En conclusion, je voudrais marquer les quatre grandes directions du changement :

1 - Formation des empires médiatiques

A l'heure actuelle, la situation est encore fluide, mais on sait que toute combinaison est permise : transnational, intermédia, alliance capital/savoir-faire médiatique. Pour réussir, il faut avoir des capitaux (qui perd gagne !) et avoir un opérateur qui connaît son métier. Berlusconi s'allie aux Français et prépare son entrée en Espagne, L'australien Murdoch possède Sky-Channel et s'implante aux USA. Télé Globo (Brésil), le 4ème réseau au monde, arrive en Europe. Les jeux se font également en téléphonie, dans le cinéma, dans la presse.

2 - Libre circulation des images

Tout se passe comme si l'alliance câble-satellite tentait de se débarrasser du carcan politico-réglementaire des Etats. La télévision est-elle en train de se dénationaliser ? La liaison câble-satellite permet d'alimenter les systèmes locaux par un régime de distribution internationale.

Ce mariage "international/local" préfigure-t-il l'union "international/individuel" que semble annoncer l'arrivée des satellites à diffusion directe ? C'est loin d'être sûr.

3 - Nécessite de l'interactivité

Le modèle de diffusion de masse, poussé à son extrême (l'arrosage par l'intermédiaire de satellites à diffusion directe), s'équilibre avec un autre modèle, le modèle de distribution sélective de l'information qui exige une interactivité des systèmes. A mesure qu'augmentent les capacités de diffusion et la variété des contenus, le système des mass-médias devient absurde ; il est ingérable s'il ne se transforme pas en système à la demande.

4 - Une économie de services

Les systèmes de mass-médias fonctionnement depuis l'origine sous le masque de la gratuité ; financement "de service public" (redevance ou fiscalité) et financement par la publicité (le coût est dissimulé dans le prix du produit). Cette économie obscure, qui fonctionne "au noir", est combattue, par le libéralisme, au nom de la vérité des prix. La diffusion "inconsidérée" des images doit être remplacée par la distribution sélective : cela justifie le paiement à l'acte, à l'usage, en fonction d'une demande.

La compréhension des systèmes de communication est difficile parce qu'elle se donne sous forme de paradoxe et de dialectique.

J.P. Lafrance
Paris - déc 85

Bibliographie

Bertrand, C.J. et Bordas, Francis : "La télévision par câble aux USA, revue Trimédia printemps 83, n°18-19.

Documents, revue des questions allemandes, janvier 85 "La télécommunication et les nouveaux média : faut-il câbler l'ensemble de la RFA ?".

Charron, J. Marie : "Les nouveaux médias au quotidien" EHESS, Centre d'études des mouvements sociaux
Tome I : diversification des quoditiens français (dec 84)
Tome II : l'Italie (printemps 85)
Tome III : Grande Bretagne : journaux et groupes de presse face aux nouveaux médias (juin 85)

Baltz, Lepers et Thonon : "Les stratégies européennes de télédistribution" recherche faite pour la mission TV-Cable, septembre 1985

Guillou, Bernard : "Les stratégies multi-média", Documentation française" 1984

Quiniou, J.C. et Azémard, Ghislaine : "une autre optique à Gennevilliers", édition du CERIAM, 1984

De Gournay, Pinault + Musso : "La dérèglementation en Italie en Grande-Bretagne, aux USA", la Documentation française - INA, 1985.

Ambassade de France (Londres) : "Quels programmes pour le câble 12 mars 1984 et suivant.

Lafrance, J.P. : "La production locale en Belgique, Québec, France, USA : le tiers état" dossier d'information du colloque de tournai, 1 mai 85.

CNET "journées techniques "Montpellier juin 85 dossier d'information

Beaud, Paul : "Média communautaires ?", Conseil de l'Europe, Strasbourg 1980

Lafrance J.P. + A. Grisé : "Fournisseurs de programmes et programmes spécialisés aux Etats Unis", ronéotypé.

Journées de l'IDATE. nov 1984 et le numéro sur "l'interactivité" -

Flichy, Patrice et ass. : "images pour le cable", la documentation Française et le CNET, 1984 -

"Ecrans pour tous ?", démocratie locale et nouvelles technologies de communication, ADELS, Centre Georges Pompidou 1983.

J.P. Lafrance, : "la télévision, un média en crise" édition Québec- Amérique, Montréal 1982.